la semaine

portrait
Georges Mohammed-Chérif, l'outsider p.4

opinions
Le salut est-il dans la «voix du client»? . . . p.6
Bien entendu, c'est «on»! p.7

enquête
Innovation digitale, mode d'emploi p.8

marques en vue
Nespresso déclenche les foudres p.12
STRATÉGIE. Nokia cherche un second souffle p.16
PARTENARIAT. Dior s'offre une cure d'Icelandic Glacial. p.17
PUBLICITÉ. BNP Paribas en pleine histoire de couples p.18
PUBLICITÉ. Charal, un carnivore bientôt dans la rue p.19

tendances
INTERNET. Le courriel en pleine crise de la trentaine p.20

médias
NUMÉRIQUE. Les contenus lorgnent les tablettes avec appétit p.22
TÉLÉVISION. La catch-up décryptée p.24
RÉGIES. Canal + et MTV s'associent p.25
PLURIMÉDIA. Liberty coiffe l'espagnol Prisa . p.27
MAKING OF. King of New York p.28

conseils
COMMUNICATION. Fred & Farid font un petit: Hello Sunshine p.30
FESTIVAL. Crans-Montana, tout schuss sur la création ! p.32

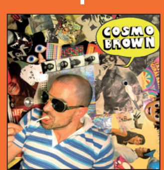
dossier
La vidéo en (première) ligne p.34

management
LOBBYING. Les élites de couleur veulent médiatiser leur influence p.42
RECRUTEMENT. L'expérience utilisateurs, une fonction qui monte. p.43
MOUVEMENTS. Nominations et promotions. . p.43
MÉDIAS. Femmes managers: Béatrice de Clermont-Tonnerre (Lagardère), façon commando p.44

la vie des budgets
Le nouveau pari de la RATP p.50

sur Strategies.fr

Musique et marques

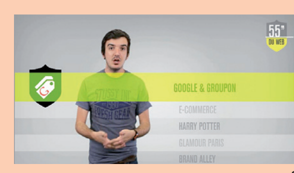


Cinquième chronique sur le rôle de la musique dans la pub, avec Arthur Schlovsky et Cosmo Brown.



La Ré-création n°75. Un condensé des films publicitaires de la semaine, avec de la violence, de l'amour et des activités physiques.

Le Buzzomètre n°17. Dans ce numéro, animé par Émery Doligé, trois représentants d'agences et un blogueur débattent sur la question: «Le buzz est-il mort?»

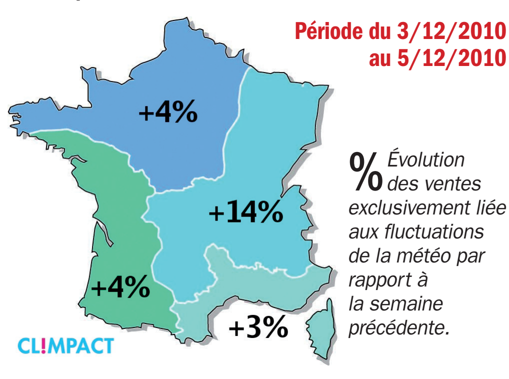


Les 60 secondes du Web n°7. Tour rapide, pointu et amusé de l'actualité d'Internet, présenté par Étienne Dumas.

Météo Conso/Climpact®

L'impact de la météo sur les ventes de produits sensibles aux températures froides.

Période du 3/12/2010 au 5/12/2010



n'oubliez pas

✓Lundi 06/12
Eurobest. Jusqu'au 8 décembre à Hambourg (Allemagne).

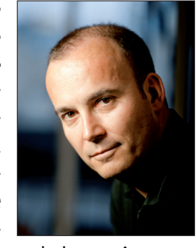
✓Mercredi 08/12
Grand Prix Stratégies des stratégies de communication. À 18h30 à l'Espace Cardin, à Paris (sur invitation).

(Ir)responsabilité

Amis pédophiles, à demain!» La formule de Nicolas Sarkozy fera date. Voulant démontrer ce qu'il considère comme l'absurdité des accusations portées contre lui dans le «Karachigate», le président de la République, par une abusive analogie et au second degré, a cherché à mettre les journalistes devant leurs responsabilités.
Ses propos ont été tenus à Lisbonne, en marge d'un sommet de l'Otan et, surtout, «off the record». Dans la pratique journalistique, cela implique soit une retenue pendant un laps de temps, soit une retranscription desdits propos mais pas dans la bouche de leur auteur. Dans le cas d'espèce, ni l'une ni l'autre de ces acceptions du «off» n'a été respectée. Fureur de l'Élysée, a-t-on pu lire ou entendre. Il est permis d'en douter.

Jeu dangereux

Et si, en effet, anticipant une violation du «off» par des journalistes de plus en plus frappés du syndrome de la transparence immédiate et généralisée (cf. les notes diplomatiques américaines révélées par Wikileaks), Nicolas Sarkozy avait délibérément voulu piéger ses interlocuteurs dans le but de faire la démonstration, en place publique, de leur soi-disant irresponsabilité?


© Thomas Gogny

L'Élysée pense peut-être jouer sur du velours, la crédibilité de la presse étant globalement proche de zéro dans l'opinion publique. Jeu dangereux. Mais aussi piège infernal pour une profession dont les réactions – parfois corporatistes, souvent perçues comme telles – semblent la disqualifier chaque fois un peu plus. La conversation de Lisbonne entre Nicolas Sarkozy et les journalistes s'achève ainsi, après la formule *«Amis pédophiles, à demain!»*, par cette didascalie: «rires collectifs...».

Olivier Mongeau, rédacteur en chef

